Creare un’oasi apistica nella tua cantina? Il passo verso una sostenibilità concreta

scritto da Emanuele Fiorio | 7 Luglio 2025

Nel cuore della sostenibilità concreta, Bee It propone alle cantine un progetto semplice ma rivoluzionario: creare oasi apistiche nei propri vigneti. Un’iniziativa che coniuga tutela della biodiversità, comunicazione autentica e coinvolgimento diretto dei consumatori. Un modello replicabile che trasforma ogni bottiglia in un messaggio etico e rafforza l’identità aziendale in modo distintivo e misurabile.

Nel cuore di un gesto semplice nasce Bee It, società benefit fondata da **Nicola Iacopelli.** Un progetto per salvare le api – fondamentali per la biodiversità e la nostra alimentazione – attraverso le **Oasi Apistiche**, spazi rigenerativi in grado di **assorbire CO2, ridurre le temperature e sostenere la fertilità**

del suolo. Ma Bee It è anche un **nuovo modello d'impresa**, dove ogni prodotto comunica un valore, coinvolgendo aziende e consumatori in un circolo virtuoso di sostenibilità reale, non solo dichiarata.

Come è nata Bee It?

Un giorno **nostro figlio di 8 anni ha trovato un'ape moribonda in piscina e ha deciso di salvarla.** Ha preso del miele e l'ha avvicinato all'ape: incredibilmente, ha iniziato a succhiarlo e poi è volata via. Una scena sorprendente, un piccolo miracolo che mi ha scosso. Pochi giorni dopo ho visto Angelina Jolie ritratta ricoperta di api per il World Bee Day. Da lì **ho iniziato a documentarmi sul rischio di estinzione delle api e sull'impatto devastante che avrebbe sulla nostra alimentazione.** Ho sentito il bisogno di agire. Così è nata Bee It.

Bee It è un progetto innovativo che si concentra sulla protezione delle api e sulla promozione della sostenibilità ambientale e sociale. Può raccontarci in termini semplici e sintetici cos'è Bee It, qual è la sua missione?

Bee It rompe lo schema classico: qui i valori sono al centro, il prodotto è il veicolo del messaggio. **La nostra missione è salvaguardare le api e gli impollinatori**, responsabili del 70% del cibo che consumiamo. Lo facciamo creando Oasi Apistiche, con fiori nettariferi, rigenerazione del suolo e nuove famiglie di api. **Le api, tra l'altro, portano benefici diretti in vigna e in bottiglia:** contribuiscono a mantenere un ecosistema più resistente a parassiti e malattie, sono bioindicatori della salubrità delle colture, trasportano lieviti indigeni (tra cui Saccharomyces cerevisiae) che nella fermentazione possono arricchire il profilo aromatico,

contribuiscono a una maggiore cicatrizzazione degli acini danneggiati, limitando l'attacco della botrite.

Per finanziare le oasi, **abbiamo creato** una linea cosmetica "Save the Bees" in cui ogni prodotto è un manifesto. È un modello replicabile ovunque: **il valore ambientale si trasmette al consumatore, che diventa parte attiva del cambiamento**. Le aziende che collaborano con noi partecipano a Family Days, giornate di volontariato e attività edutainment, coinvolgendo dipendenti e comunità.

Le oasi apistiche che avete creato sono un progetto che promuove la biodiversità e la sostenibilità. Può raccontarci qualche esempio di come queste oasi siano state applicate con successo in contesti aziendali?

Le oasi creano impatto ecologico e sociale. Abbiamo realizzato team building, giornate didattiche e workshop in diverse aziende. L'effetto sulle persone è potente: molti si appassionano, alcuni diventano hobbisti o installano piccole casette per le api. Ma soprattutto, **si sviluppa un senso di comunità aziendale: le api diventano simbolo di cooperazione, di obiettivi condivisi. Un messaggio che entra nel DNA aziendale.**

Nel settore vinicolo, la sostenibilità è molto legata alle certificazioni. Cosa rende le soluzioni di Bee It così diverse e pratiche rispetto ad altri approcci nel settore?

La differenza sta nella concretezza e nella comunicazione attiva. Una bottiglia "Save the Bees" non è solo un vino, ma

un manifesto etico. Il progetto è reale, visibile, condiviso. E si può raccontare. **Le cantine possono così comunicare ai propri clienti non solo il "cosa" fanno, ma anche il "perché".** Non esistono molti altri strumenti che riescano a trasmettere un valore così chiaramente, partendo dal prodotto.

Sostenibilità e redditività a volte possono sembrare in contrasto, ma quali prove avete a supporto del fatto che un approccio sostenibile, come quello di Bee It, possa portare a benefici economici per le aziende vitivinicole?

Il valore etico è un potente driver commerciale. Il consumatore oggi cerca autenticità e coerenza. Quando un vino diventa anche portatore di un messaggio sociale e ambientale, viene scelto non solo per il gusto ma per ciò che rappresenta. Abbiamo visto un aumento della fedeltà al brand e nuove occasioni di racconto sui media e nei punti vendita. E questo ha un valore economico misurabile.

Le oasi apistiche Bee It coinvolgono non solo aspetti ambientali, ma anche sociali. Come pensa che l'integrazione delle api in una cantina possa rafforzare il legame con la comunità e con i consumatori?

L'interazione è profonda. Il consumatore sa che acquistando quel vino partecipa a un progetto reale. Le aziende possono organizzare giornate aperte, attività didattiche, degustazioni nell'oasi… e i visitatori ne escono cambiati. **Il racconto si diffonde, genera passaparola, e rafforza l'identità della cantina.**

Il vostro impegno per ridurre l’uso della plastica attraverso packaging ecologici è notevole. Quali altre innovazioni nel packaging potrebbero aiutare il settore vino a ridurre il suo impatto ambientale?

Stiamo già lavorando con materiali riciclati, etichette in carta piantabile, capsule biodegradabili. Ma **il vero salto avviene se il packaging racconta la missione: una bottiglia può essere il portavoce di un progetto.** Inoltre, lavoriamo sulla compensazione concreta delle emissioni attraverso le oasi. **Ogni etichetta può diventare una “prova d’impatto”, tracciabile.**

A quali sfide e ostacoli avete dovuto far fronte durante il lancio delle oasi apistiche nelle aziende e quali insegnamenti avete tratto per il futuro?

Le sfide più frequenti riguardano la logistica e l’ambiente: disponibilità d’acqua, vicinanza con l’attività umana, assenza di pesticidi. Ma ogni criticità può essere affrontata con un progetto su misura. L’insegnamento più grande? **Le aziende sono pronte, serve solo un buon partner che le accompagni nel percorso.**

Un consiglio rivolto alle aziende vitivinicole: perché dovrebbero considerare Bee It come partner nel percorso di sostenibilità?

Perché oggi distinguersi non significa solo produrre qualità, ma anche generare impatto. Il consumatore vuole sapere cosa c’è dietro ogni bottiglia. **Bee It permette alla cantina di**

raccontare una storia potente, autentica, visibile. E di farlo in modo semplice, coinvolgente, replicabile. Perché la sostenibilità non è un’etichetta: è un’azione che lascia il segno.

Punti chiave:

1. **Bee It** è una società benefit che realizza **oasi apistiche** per proteggere gli impollinatori, migliorare la biodiversità e contribuire alla rigenerazione ambientale.
2. Le **api portano benefici diretti alla viticoltura**, favorendo l’equilibrio dell’ecosistema, trasportando lieviti utili alla fermentazione e limitando le malattie dell’uva.
3. Le aziende vitivinicole possono usare Bee It per **rafforzare la propria identità sostenibile**, con azioni tangibili e facilmente comunicabili ai consumatori.
4. Le oasi offrono anche **valore sociale**, creando occasioni di team building, attività didattiche e Family Days che coinvolgono comunità e dipendenti.
5. Bee It unisce **impatto ambientale, comunicazione attiva e ritorno economico**, offrendo alle cantine un progetto replicabile, distintivo e strategico.